manuales de capacitación **en radio popular**



radiorevista
(segunda parte)

7

aler
en el mundo desde nuestro mundo

Manual de Capacitación Nº7

radio revista (segunda parte)



Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica

Reelaboración presente edición

El Culebrón Timbal I Productora Escuela Cultural Comunitaria
Producción: Carolina Balderrama - Diego Jaimes
Diseño Gráfico: Nahuel Croza - Diego Jaimes
Ilustraciones: Emilio Utrera - Luciana Amado - Eduardo Balán

Apoyo Edición

Angélica Rosas
Carlos Flores
Mónica Delgado
Néstor Busso

Impresión

Manthra Editores - Quito - Ecuador

manuales de capacitación **en radio popular**

radio **revista**

(segunda parte)



7

Para Presentarlos

Porque aunque parece que ya los conocen y es cierto, también es cierto que no los conocen. Entonces, vale la pena una presentación.

Así es. Se trata nuevamente de los conocidos Manuales de Capacitación de ALER. Sí. Después de los años de reflexión, debate, autocrítica y re-creación que trajo consigo el nuevo siglo, las voces pidiendo materiales para apoyar la práctica radiofónica diaria se multiplicaron. La expresión de la necesidad de contar con material impreso útil para mejorar el trabajo de producción y programación aparecía en todos los espacios: talleres, reuniones, visitas, asesorías.

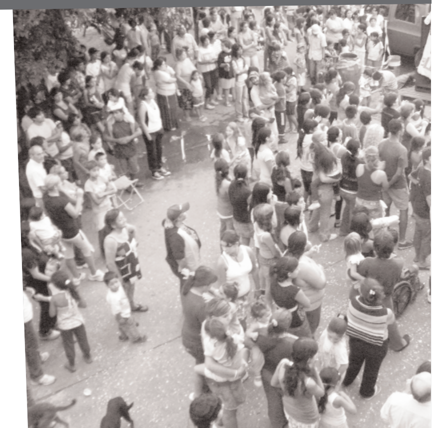
Entonces nos decidimos y recuperamos la tradición. Volvimos a la primera serie de Manuales de ALER, elegimos de todos, ocho. Los ocho que encontramos de mayor utilidad en la práctica diaria de las radios. Aquí están. La cuestión es que son y no son.

Son, porque hemos partido de ellos, de sus contenidos básicos, de su formato básico, de su estructura básica. Es decir, hemos partido de la tradición y la herencia que hemos recibido, valiosa herencia. Pero como los tiempos cambian y cambió la época, hemos hecho un esfuerzo importante por actualizarlos en sus contenidos, en su formato, en su estructura y también en su gráfica.

Por eso, son los conocidos Manuales de ALER, pero hay que hacer un ejercicio de reconocimiento situándonos hoy, en nuestros contextos y en nuestras radios. Con certeza la familiaridad histórica de nuestra gente de radio con estos manuales hará que rápidamente se apropien de la nueva versión. Tenemos la certeza de que serán muy útiles y eso, precisamente, es lo que buscamos.

¡Que se los apropien y los disfruten!

NELSY LIZARAZO
SECRETARIA EJECUTIVA
ALER



¡Se viene la segundita!

EN LA PRIMERA CARTILLA SOBRE RADIO REVISTA, LES COMENTAMOS ALGUNAS CARACTERÍSTICAS GENERALES DE ESTE TIPO DE PROGRAMA. ALLÍ DECÍAMOS QUE:



- Todos los formatos entran en la revista. Se distingue por la variedad.
- Necesita de locutores simpáticos y dinámicos: sin ellos (y ellas) se nos cae la propuesta.
- El vínculo cercano, cotidiano y afectivo con la audiencia es fundamental.
- Se clasifican según su horario, según su tema y según el oyente al que apuntan.
- En general, su frecuencia es diaria.

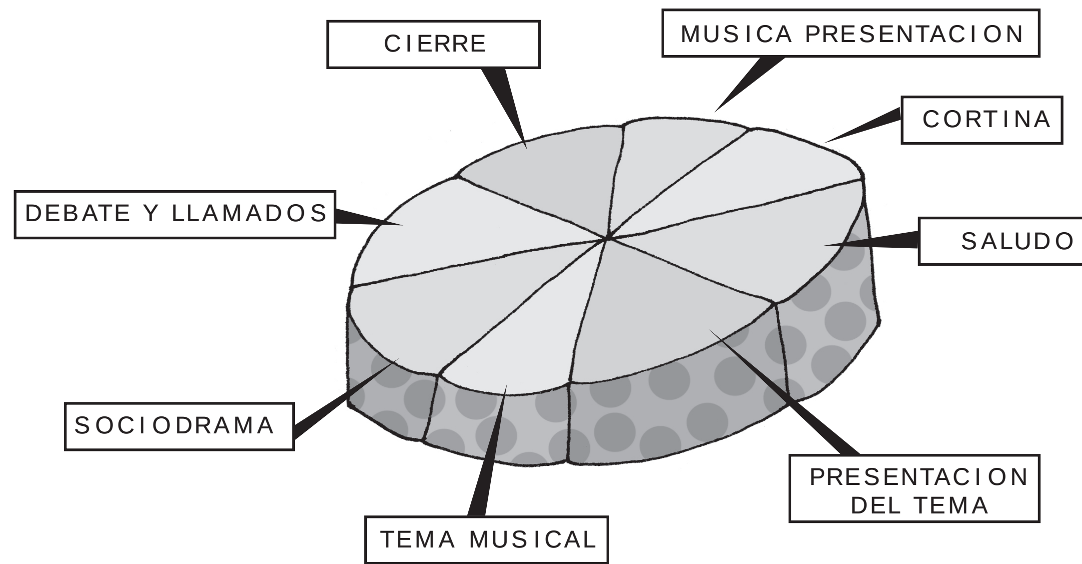
Y también le dedicamos unas cuantas páginas a conocer recursos dramáticos y de opinión, que pueden hacer de nuestros programas grandes amigos y compañeros de nuestras audiencias en su vida cotidiana.



Empezando se empieza

La introducción de la revista suele tener dos elementos fundamentales: el saludo y la presentación del tema.

La duración de esta primera parte es variable. Pero se puede decir que unos tres minutos son suficientes para introducir un programa de media hora, o una hora inclusive.



A VECES, HACEMOS SALUDOS TAN SECOS Y BREVES QUE NADIE SE DA POR ENTERADO.



Lo primero es el saludo

Los conductores saludan sobre los acordes finales de la música característica de la revista. El primer saludo es para los oyentes, naturalmente. Pero también los conductores deben saludarse entre sí.

La función del saludo es también crear un ambiente de confianza, de alegría, que predisponga a la audiencia a escuchar el programa.

No nos precipitemos, entonces, a entrar en el tema a los pocos segundos de haber comenzado.







-El esquema clásico para el saluda sería así: el primer conductor que habla saluda a los oyentes y luego a su compañera de programa, que le devuelve el saludo y saluda también a la audiencia.

Por supuesto, este esquema no es algo rígido. Se puede hace de otras formas. Sin embargo, no hay que preocuparse mucho por la variedad en el saludo.

Algunos conductores, afiebrados por la originalidad, se inventan extrañas y falsas maneras para comenzar el programa y sorprender al oyente: un conductor que llega tarde, otro que saluda llorando, otro que dice haberse roto la pata cuando entró en cabina...La originalidad no hay que gastarla en el saludo, sino luego, en los recursos dramáticos y de opinión que utilicemos para dinamizar el cuerpo de la revista.

Entrando en clima

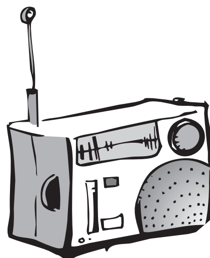
Después de un saludo cálido, simpático, algunos conductores ponen una breve cortina musical para separar la presentación del tema. También se puede pasar directamente a esta presentación. ¿Cómo se presenta el tema central, lo que va a ser el cuerpo del programa?



Una presentación así parece de escuela. ¿Quién nos ha dicho que el oyente quiere escuchar el tema que nosotros queremos presentarle? Resulta mucho más atractivo captar la atención de la audiencia a partir de un hecho de actualidad, aunque aparentemente no tenga relación con nuestro tema.

Supongamos que en la víspera habló el presidente. O que en la prensa se anuncia la subida de la gasolina. Estos enganches pueden ser de la actualidad. Leyendo el periódico o estando al tanto de lo que la gente comenta podremos seleccionar una noticia como pie de presentación.

ESTO ES LO MISMO QUE HACEMOS CUANDO NOS ENCONTRAMOS CON UN AMIGO EN LA CALLE: LO SALUDAMOS, COMENZAMOS LA CONVERSACIÓN CON LO QUE ESTÁ EN BOCA DE TODOS...Y DE AHÍ VAMOS DERIVAMOS HACIA LO QUE TENÍAMOS QUE DECIRLE.



Encuentros
León Gieco

Chispa de luz en los ojos
veo quien soy junto a otros
No tiene edad la escuela
hoy dibujé mi nombre en letras
Mirame ya, nombrame ahora
miedo no hay, ya no me toca
Puedo sentir que queda afuera
como un milagro la vergüenza

Voy a leer un cuento viejo
que escondí por mucho tiempo
Imaginé por los dibujos
era de adas, era de brujos
Migas de pan, camino largo
se las comió un día encantado
Renacerán sueños más lindos
entre amor, entre los hijos
Felicidad al encontrarte
algo de mi voy a contarte
acumulé más palabras
noche oscura, que aclara
Chispa de luz, en mi vergüenza
vos me enseñas, nombres y letras
con tu llave colorida
abro la puerta a la alegría.

También hay enganches hacia atrás, a partir de lo que ha ocurrido en otros años en un día como hoy. Es bueno que los conductores tengan a mano un buen calendario donde aparezcan las fiestas religiosas y patrióticas, los aniversarios de las organizaciones populares, las fechas que hay que recordar y que son importantes para recordar nuestras luchas...

Por ejemplo, para la primera semana de mayo...



AMIGOS Y AMIGAS, UN DÍA COMO HOY, 2 DE MAYO, EN EL AÑO 1997, FALLECÍA PAULO FREIRE, EL GRAN MAESTRO LATINOAMERICANO DE LA EDUCACIÓN POPULAR...

CUÁNTOS MAESTROS Y EDUCADORES SE HAN FORMADO Y ENRIQUECIDO CON LAS ENSEÑANZAS DE DON PAULO, QUE DESDE LA DÉCADA DE LOS SESENTA PUSO EN BOCA DE TODO EL MUNDO LA NECESIDAD DE TERMINAR CON EL ANALFABETISMO.

UN ANALFABETISMO QUE AÚN HOY, SIGUE SIENDO UNA EPIDEMIA EN TODA NUESTRA LATINOAMÉRICA.

POR ESO HOY ESTAREMOS CONVERSANDO CON LOS MAESTROS DEL PROGRAMA YO SÍ PUEDO, QUE ESTÁ COMBATIENDO EL ANALFABETISMO CON GRAN ÉXITO. CADA VEZ SON MÁS LAS MUJERES Y LOS HOMBRES QUE ESTÁN APRENDIENDO A LEER Y ESCRIBIR.



OPERADOR: PISTA "ENCUENTROS"



Los enganches hacia atrás pueden servirnos para entrar al tema de programa. Y a veces, dan incluso el mismo tema, haciendo ese día un reportaje especial sobre la fecha que se conmemora.

También hay enganches hacia adelante: cuando faltan 30 días para acabar el año, cuando faltan 3 meses para las elecciones, cuando comienza Cuaresma, cuando está por comenzar el verano...

Hay días especiales en que la revista puede comenzar con algún "efecto sorpresa". Supongamos que ha sonado la característica del programa e inmediatamente, sin siquiera haber saludado, se oyen efectos de aviones y ráfagas de ametralladoras... A los pocos segundos, entran los conductores:



LAS "ENTRADAS SORPRESA" PUEDEN SER UN EFECTO DE SONIDO, UN CORTE MUSICAL SUGERENTE, UNA CITA CÉLEBRE, UNA BREVE DRAMATIZACIÓN. LE DAN VARIEDAD A LA ENTRADA DEL PROGRAMA. PERO TAMPOCO HAY QUE ABUSAR DE ELLAS.



RECUERDEN QUE EL ARCHIVO SONORO DE LA RADIO ES UNA GRAN AYUDA. NO OLVIDEN RENOVARLO CADA DÍA.

Con ustedes: el tema central

Una radio revista educativa debe tener unidad, un tema central, un cuerpo. La variedad de nuestros programas no la vamos a lograr metiendo muchas secciones distintas y desconectadas, sino experimentando los muchos recursos de que disponemos para dinamizar ese cuerpo de la revista.

Un buen trabajo en equipo hará más fácil ponerse de acuerdo para elegir el tema de cada emisión. Para desarrollarlo, contamos con dos tipos de recursos: los dramáticos y los de opinión.

Recursos dramáticos



Son aquellos que imitan los hechos que ocurren en nuestra vida, las situaciones que se dan en nuestras comunidades, en el país, en América Latina, en el mundo. Pueden ser tristes o alegres, trágicos o cómicos. Pero siempre son recursos de acción.

Los personajes que actúan no tienen que estar dando opiniones sobre los hechos, sino representándolos, haciéndoselos vivir a los oyentes, de forma tal de captar su atención.

Siempre requieren del comentario posterior de los conductores y/u oyentes.

Recursos de opinión

Son aquellos que analizan los acontecimientos, que permiten comprender por qué pasan las cosas que pasan.



Las personas que participan con sus opiniones, informan sobre lo ocurrido, dan sus puntos de vista, comentan la vida, según la mirada del programa y de la emisora.

Generalmente, estos recursos no necesitan otro comentario posterior. Pero pueden llevarlo. Por ejemplo, una entrevista larga o polémica puede ser resumida o valorada después por los conductores de la revista.



Recursos Dramáticos

1 Sociodramas
2 Sociodramas con secuencia
3 Cuentos
4 Leyendas y mitos
5 Parábolas
6 Personificaciones
7 Canciones y poemas dramatizados
9 Relatos históricos
10 Cartas y noticias dramatizadas
11 Chistes dramatizados
12 Relatos testimoniales

SOCIODRAMAS

El sociodrama es un recurso muy atractivo, y requiere de toda nuestra creatividad. Además, generalmente ese del gusto de los oyentes. También es muy rico para los que participan en la representación.

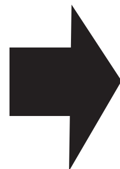


MUCHA GENTE SENCILLA SE EXPRESA MEJOR EN UN SOCIODRAMA QUE RESPONDIENDO A UNA ENTREVISTA O EN OTRO RECURSO DE OPINIÓN.

Nada mejor que hablar del alza de precios contando lo que le pasó a Doña Juana cuando fue a comprar al mercado. O a Don Atilio, en la tienda de ropa, cuando fue a pagar sus calcetines y se encontró con que no le alcanzaba con comprar más que uno.

SOCIO

Es decir, situaciones y conflictos sociales.
No conveniente meterse en temas psicológicos o intimistas, difíciles de generalizar.



DRAMA

Es decir, acción. No valen "diálogos disfrazados", conversaciones sobre lo que pasó o va a pasar. Se trata de representar los hechos como si estuvieran pasando ahora.

EL SOCIODRAMA ES UNA ESTAMPA CORTA DE CÓMO VIVE LA GENTE, DE LAS COSAS QUE PASAN EN LA VIDA REAL DE NUESTRAS COMUNIDADES, BARRIOS, PUEBLOS. A VECES SUCEDEN EN OTRAS LATITUDES, PERO NOS AYUDAN A PENSAR EN NUESTRA PROPIA REALIDAD.

CUANDO ELABORAMOS LIBRETOS Y GUIONES MAS EXTENSOS, EN VARIOS CAPITULOS, ESTAMOS HABLANDO DE RADIOTEATROS. ES UN GRAN DESAFÍO ANIMARSE A HACERLOS.

SI EL GRUPO SE CONOCE, Y TIENE MUCHA EXPERIENCIA, PUEDE REALIZAR EL SOCIODRAMA EN VIVO. PARA ESO HACE FALTA BAS-TANTE "CANCHA"...



CUALQUIER PERSONA PUEDE ACTUAR EN UN SOCIODRAMA. NO NECESITAMOS "ACTORES PROFESIONALES", SINO GENTE CON CHISPA Y GANAS DE TRABAJAR.



Para hacer un sociodrama

1) Elegir al Coordinador del grupo (puede ser rotativo)
2) Seleccionar el Hecho o la Situación. Debe ser un hecho real, atrac-tivo, con "gancho".
3) Construir la Historia y dividirla en Escenas.
4) Decidir cuántos Personajes van a actuar. Y caracterizar bien a cada uno. Ponerles nombre, qué edad tiene, de dónde es...
5) Distribuir los Personajes y otras Tareas: el narrador, el encargado de la música, el de la grabación...
6) Hacer un Guión (no un libreto entero). Anotar qué ocurre en cada escena y quiénes actúan en ella.
7) Buscar los Recursos Técnicos: grabadora, micrófono, música, efectos de sonido...
8) Repasar el guión. Pero no ensayar las palabras. Mejor es hablar con espontaneidad.
9) Crear un ambiente de confianza, de entusiasmo, de juego, antes de grabar.
10) Grabar el sociodrama. ¡Y sin repetir mucho, por favor!
11) Escuchar la grabación. Y que el grupo quede conforme.
12) Pasarlo por radio. En la emisora lo podemos editar y ponerle algu nas cortinas y efectos.

SOCIODRAMAS CON SECUENCIA

Es un sociodrama, o mejor, una serie de sociodramas con personajes fijos. Por ejemplo, un joven llamado "Lucho", que se ve envuelto en distintas situaciones.



Este recurso es muy útil para programas de salud, para organizar la feria en el barrio, para dramatizar recetas de cocina...Se puede hacer con un grupito fijo de gente del pueblo. O con compañeros de la emisora.

EL PERSONAJE CENTRAL DEBE SALIR EN TODOS LOS SOCIODRAMAS. Y SI ES UN TIPO SIMPÁTICO, POPULAR, LOS OYENTES SE IDENTIFICAN MUCHO CON ÉL.

UN SOCIODRAMA PUEDE DURAR DE 5 A 8 MINUTOS. CON EL COMENTARIO POSTERIOR, YA TENEMOS ARMADO EL CUERPO DE LA REVISTA.

CUENTOS

A todos nos gustan los cuentos, a niños y viejos. Y hay compañeros y compañeras que tienen facilidad para inventarlos. Pero también podemos echar mano a tantos cuentos que ya están escritos por autores latinoamericanos y del mundo. Esos cuentos se pueden adaptar para radio.

Para adaptar bien un cuento hay que convertir en diálogos mucho texto que el autor ha escrito como narración. Si no sabemos o no tenemos para esto, podemos tomar el cuento tal como está y...

1 Buscar un buen narrador o narradora. En lo posible, que no sean los mismos conductores de la revista.

2 Buscar dos o tres compañeros que hagan los pequeños dialoguitos o frases sueltas que dicen los personajes en casi todos los cuentos.

3 Ponerle música al cuento. Hay que separar las escenas con cortinas musicales. Y casi siempre, al narrador se le pone un fondo musical apropiado.

4 Ponerle efectos de sonido en los momentos en que haga falta.

Con esta adaptación sencilla podemos aprovechar muchos cuentos que conocemos y tenemos en nuestra literatura. Pero también podemos ir a visitar a tantos viejos que hay en nuestras comunidades y que recuerdan historias y las saben contar. Los grabamos. Y luego, en la emisora montamos la música y los efectos.

COMO EN ESTE FRAGMENTO DEL CUENTO DE JUAN RULFO, EL GENIAL ESCRITOR MEXICANO:

Macario

Estoy sentado junto a la alcantarilla aguardando a que salgan las ranas. Anoche, mientras estábamos cenando, comenzaron a armar el gran alboroto y no pararon de cantar hasta que amaneció. Mi madrina también dice eso: que la gritería de las ranas le espantó el sueño. Y ahora ella bien quisiera dormir. Por eso me mandó a que me sentara aquí, junto a la alcantarilla, y me pusiera con una tabla en la mano para que cuanta rana saliera a pegar de brincos afuera, la apalcuachara a tablazos... Las ranas son verdes de todo a todo, menos en la panza. Los sapos son negros. También los ojos de mi madrina son negros. Las ranas son buenas para hacer de comer con ellas. Los sapos no se comen; pero yo me los he comido también, aunque no se coman, y saben igual que las ranas. Felipa es la que dice que es malo comer sapos. Felipa tiene los ojos verdes como los ojos de los gatos. Ella es la que me da de comer en la cocina cada vez que me toca comer. Ella no quiere que yo perjudique a las ranas. Pero, a todo esto, es mi madrina la que me manda a hacer las cosas... Yo quiero más a Felipa que a mi madrina. Pero es mi madrina la que saca el dinero de su bolsa para que Felipa compre todo lo de la comedera. Felipa sólo se está en la cocina arreglando la comida de los tres. No hace otra cosa desde que yo la conozco. (...)





LA CREACION

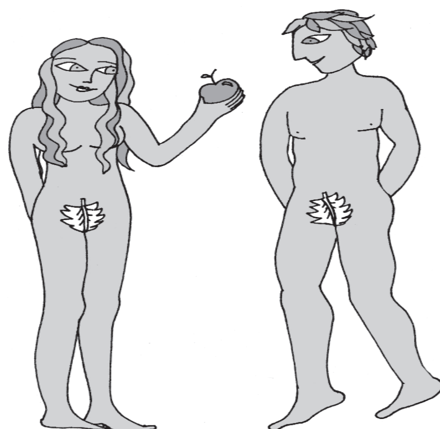
La mujer y el hombre soñaban que Dios los estaba soñando. Dios los soñaba mientras cantaba y agitaba sus maracas, envuelto en humo de tabaco, y se sentía feliz y también estremecido por la duda y el misterio.
Los indios makiritare saben que si Dios sueña con comida, fructifica y da de comer. Si Dios sueña con la vida, nace y da nacimiento. La mujer y el hombre soñaban que en el sueño de Dios aparecía un gran huevo brillante. Dentro del huevo, ellos cantaban y bailaban y armaban mucho alboroto, porque estaban locos de ganas de nacer. Soñaban que en el sueño de Dios la alegría era más fuerte que la duda y el misterio; y Dios, soñando, los creaba, y cantando decía: -Rompo este huevo y nace la mujer y nace el hombre. Y juntos vivirán y morirán. Pero nacerán nuevamente. Nacerán y volverán a morir y otra vez nacerán. Y nunca dejarán de nacer, porque la muerte es mentira.

LEYENDAS Y MITOS

Nuestros antepasados trataron de comprender el mundo y de explicarlo a las generaciones venideras. Así surgieron los mitos y las leyendas. En cada región, los pueblos tienen sus propias historias.

Podemos grabar estas narraciones antiguas con una adaptación semejante a la de los cuentos. Y añadirles un comentario para actualizar las enseñanzas que proponen.

El estilo de las leyendas y los mitos es siempre mágico. El narrador tiene que hablar con cierto embrujo, con cierto misterio. Los personajes, muchas veces, son animales o dioses. También deben ser interpretados con ese aire de algo irreal, de algo que sucedió hace mucho, muchísimo tiempo.

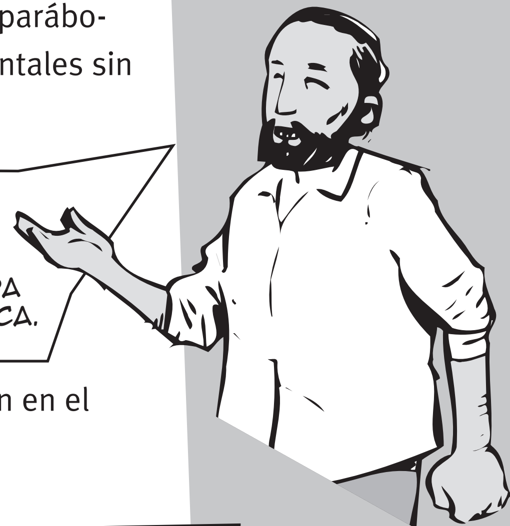


LOS INVITAMOS A ELABORAR UN GUIÓN RADIOFÓNICO CON ESTE TEXTO, INCLUYENDO EFECTOS SONOROS Y MÚSICA AMBIENTE.



PARABOLAS

Las parábolas son narraciones simbólicas. Con ellas intentamos explicar una realidad compleja a partir de una comparación sencilla. El estilo de las parábolas es simple, casi esquemático. Se toman sólo los elementos fundamentales sin mucha descripción ni enredos.



Igual que Jesús cuando habla del sembrador, los conductores recogerán en el comentario todos los elementos que aparecieron en la parábola e irán mostrando el paralelismo de estos con la realidad.

Los perros

Un anciano indio describió una vez sus conflictos interiores:

- Dentro de mi existen dos cachorros. Uno de ellos es cruel y malo, y el otro es bueno y dócil. Los dos están siempre luchando...

Entonces le preguntaron cuál de ellos era el que acabaría ganando.

El sabio indio guardó silencio un instante, y después de haber pensado unos segundos respondió:

- Aquel a quien yo alimente- contestó.

PERSONIFICACIONES

Como en radio no se ve nada, las posibilidades de la imaginación son infinitas. Podemos entrevistar a un perro y que nos cuente sus aventuras callejeras. Podemos hacer hablar a una cebolla y que nos explique por qué los intermediarios la ponen tan cara.

Podemos invitar a un monito para que aconseje a los niños y viajar con ellos por el interior del cuerpo humano. Puede hablar el sol y contarnos su vida en el espacio. Todo puede hablar en radio. Todo puede ser personificado.

Alguien pensará que este recurso es para niños. Pero también a los adultos nos entusiasma entrar en ese mundo imaginario donde los animales, las plantas y los objetos conversan y de paso recordamos nuestros juegos de infancia.

IMAGÍNENSE LO QUE PUEDE DECIR EL SILLÓN PRESIDENCIAL SI LO HACEMOS HABLAR. O LA CUENTA BANCARIA DE UN GRAN EMPRESARIO. O EL BOLSILLO DE UN TRABAJADOR...

Para las personificaciones hay que desfigurar un poco la voz. El actor debe imaginarse cómo hablaría un gato si pudiera hablar. Un cerro, por ejemplo, tendrá una voz lenta y gruesa, tal vez con eco. Un lápiz tendrá una voz fina.

El que imite al chivo berreará entre frase y frase. El que haga de serpiente, silbará. Si habla un tractor, tendrá una "r" arrastrada, imitando el motor.

SI LA CANCIÓN CON UNA, DOS O TRES ESCENITAS HA DURADO 8 MINUTOS, EL COMENTARIO PUEDE DURAR UNOS 5.
Y YA TENEMOS EL CUERPO DE LA REVISTA.
EL COMENTARIO SE PUEDE CONCLUIR REPITIENDO LA CANCIÓN ENTERA, YA SIN LAS ESCENAS DRAMATIZADAS.

PODEMOS HACER LO MISMO CON POEMAS...

CANCIONES DRAMATIZADAS

Las canciones se pueden dramatizar y darle así mucha variedad y belleza a nuestras revistas.

¿CÓMO SE HACE?

1 Seleccionas una canción.

2 Esta puede tener un mensaje positivo o negativo. Por ejemplo una canción machista sirve para reflexionar sobre los roles en nuestra sociedad

3 Después de sonar una o dos estrofas intercalas una pequeña escena en que se represente con personajes lo que acaba de contarse

4 No hagas un sociodrama largo y con argumento. Simplemente una escena de un par de minutos.

5 Puedes concluir con el resto de la canción

6 O puedes poner una segunda escena después de otra estrofa cantada. Y hasta una tercera escena.

7 Terminas con la última estrofa de la canción

8 Y luego, el comentario.



Dos mujeres

Tu sigues descontrolandome...
Te dire estamos amandonos...
(¿Que, que, que, que?)
Tu sigues descontrolandome...
Te dire estamos amandonos...
(¿Que, que, que, que?)

Una me llama diciendo que soy su vida
La otra me llama con llamadas restringidas
Para mi las 2 son igualmente de bellas
No encuentro solucion, razones para yo dejarlas
Si caigo enfermo en la cama una me cuida
La otra en la cama es pasion encendida
Una sin condicion siempre mi fiel amiga
Y cuando peleo con ella, la otra sana mis heridas
Por eso...

Ella me llama restringido
Le gusta el placer y el peligro
Ella me tienta a lo prohibido
A cada rato me mete en un lio.
Ella me llama restringido
Le gusta el placer y el peligro
Ella me tienta a lo prohibido
A cada rato me mete en un lio.

Dia a dia sigo yo con este
problemon
Pelea tras pelea, discusion
tras discusion
Estoy buscando la salida pa´
esta situacion
Chica, dime porque
Tu sigues descontrolandome...
Te dire estamos amandonos...
(¿Que, que, que, que?)
Tu sigues descontrolandome...

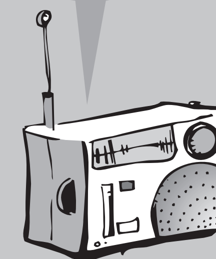
Te dire estamos amandonos...

Una casi no sale, es mujer de su casa
La otra sale cuando se le da la gana
Una me tiene mal porque con ella vivo
La otra hace lo que sea por estar conmigo
Por eso...

Llego de madruga
Apago el celular
Entrando en baja, yo me hago el que no sabe nada
Chequeo si tengo una mancha de lapiz labial
Con la negra de casa no me quiero calentar
Trato de sacar igual tiempo para las dos´a
Estoy confundido, cual es la que quiero yo´a
Esta aventura va a dañar mi relacion´a
Chica, dime porque

Oye, mira mi hermano, que tengo que hacer
Una pelea que decide cual es mi mujer
En la calle ninguna de ellas se puede ver
Sin la soga y sin la cabra yo me quedare
Jajaja!
¡Pero el buen capitán sabe navegar en dos aguas!

EL SOCIODRAMA EN MEDIO DE LA CANCIÓN PUEDE NO INCLUIRSE. DIRECTAMENTE INTERCALAMOS LAS ESTROFAS CON NUESTROS COMENTARIOS. Y, CLARO ESTÁ, CON LOS DE NUESTROS OYENTES. SI PUEDEN SER EN VIVO, MEJOR. SINO A TRAVÉS DE LOS MENSAJES TELEFÓNICOS O POR INTERNET. O CON SU PRESENCIA.



ESTE ES UN BUEN RECURSO PARA DAR A CONOCER NUESTRA HISTORIA LATINOAMERICANA, LAS LUCHAS DE NUESTROS PUEBLOS, LAS VIDAS DE PATRIOTAS, LÍDERES POPULARES Y MÁRTIRES...TANTO QUE SE HA VIVIDO Y TAN POCO QUE SE RECUERDA!



"ESPEJOS" DE EDUARDO GALEANO

RELATOS HISTÓRICOS

A veces tenemos buenos libros de historia y no sabemos cómo aprovecharlos en radio. Lo ideal sería transformarlos en radioteatros. Pero también podemos -más sencillamente- seleccionar un buen relato histórico y leerlo tal como está, intercalándole un par de escenas dramatizadas.

El método es siempre el mismo. Después de una introducción y cortina musical, entra una tercera voz leyendo el texto histórico (con fondo musical).
El texto se interrumpe una o dos veces con pequeñas escenificaciones de lo que se ha leído.
Se termina con el párrafo que cierra el relato.
Cortina y comentario.

Dos traidores

Domingo Faustino Sarmiento odió a José Artigas. A nadie odió tanto.
Traidor a su raza, lo llamó, y era verdad. Siendo blanco y de ojos claros, Artigas se batió junto a los gauchos mestizos y a los negros y a los indios. Y fue vencido y marchó al exilio y murió en la soledad y el olvido.
Sarmiento también era traidor a su raza. No hay más que ver sus retratos. En guerra contra el espejo, predicó y practicó el exterminio de los argentinos de piel oscura, para sustituirlos por europeos blancos y de ojos claros.
Y fue presidente de su país y egregio prócer, gloria y loor, héroe inmortal.

CARTAS Y NOTICIAS DRAMATIZADAS

Nos llegan cartas y mensajes por distintas vías a la emisora. Y a veces, cartas que narran situaciones de de mucho interés para la comunidad. Darles lectura, así sin más, sería desaprovecharlas. Dramatizándolas podemos convertirlas en el tema del programa. ¿Cómo hacer esto?

Uno de los conductores comienza a leer la carta que ha enviado el oyente. Después de un par de frases, su voz se va disolviendo con música. Y, al mismo tiempo, va entrando una tercera voz como si fuera el que escribió la carta. Este lector puede repetir, acercándose poco a poco al micro, las últimas palabras que dejó colgadas el conductor.

La lectura de la carta se puede acompañar de fondo musical. Al final, se puede recibir el efecto de disolver la voz del lector y acercar la voz del conductor que retoma la última frase de la carta o la firma del oyente que escribió.





EL COMENTARIO DE LOS CONDUCTORES REDONDEARÁ EL MENSAJE DE LA CARTA.

CHISTES DRAMATIZADOS

El repertorio de los chistes populares es inagotable. Muchos de ellos encierran una gran sabiduría popular. O una buena carga de crítica social o refuerzan estereotipos, con estos hay que tener cuidado. Los chistes, que a veces son breves, se pueden ampliar fácilmente y convertirlos en sociodramas.

Después, como de costumbre, viene el comentario de los conductores (que debe ser tan alegre y chispeante como el chiste que se acaba de dramatizar).

Necesitamos más humor en nuestras revistas educativas. En el ingenio, en la picardía popular, encontraremos una enorme riqueza para nuestros programas.



Doctor

El doctor llama por teléfono a su paciente:
- Le tengo una noticia buena y otra mala.
- Bueno... digame primero la buena.
- Los resultados del análisis indican que le quedan 24 horas de vida.
- Pero bueno, ¿esa es la buena noticia? ¿entonces cuál es la mala?
- Que estuve intentando localizarlo desde ayer.

RELATOS TESTIMONIALES

Estos relatos no son imaginarios. Son historias reales contadas por los mismos protagonistas que las vivieron. Los testigos que narran, más que opinar sobre los hechos, los reconstruyen, recuerdan anécdotas, reviven situaciones y experiencias.







O a un anciano que recuerda cómo era la comunidad cuando él llegó. Podemos utilizar también algún relato que guste a los jóvenes de nuestro barrio y agregarle la música que ellos escuchan o hacen.

En los relatos testimoniales se suelen cortar las preguntas que haya habido durante la grabación. Luego, al editar, se puede acompañar la narración con fondos musicales y efectos de sonido apropiados.

RECURSOS DE OPINIÓN

1 Entrevistas
2 Entrevistas comunitarias
3 Mesas redondas
4 Ruedas de prensa
5 Encuestas
8 Radiodebates
10 Reportajes
11 Consultorios
12 Personajes inesperados
13 Juicios populares
14 Contrapuntos
15 Entrevistas musicales

ENTREVISTAS

Las entrevistas son el recurso más utilizado para que una persona o un grupo dé a conocer sus opiniones, o nos cuente qué sucedió en un determinado momento y lugar. En este formato caben el relato de cómo se fundó un pueblo a cargo de sus primeros habitantes, tanto como la opinión de un vecino sobre cómo se recicla la basura. Desde el testigo de un choque hasta el testimonio de alguien que pasó por la cárcel.

Y todo lo que tenemos en cuenta en las relaciones humanas, como saber hablar y escuchar, hacer un diálogo ameno, profundizar en lo más interesante, valen también a la hora de hacer una entrevista.

Supongamos que hemos grabado unos 10 o 15 minutos de entrevista. Recortando algunas repeticiones o momentos de menor interés, podemos compactarla en 5 u 8 minutos. Los conductores de la revista pueden hacer una breve introducción y dar paso con una cortina musical (o una estrofa cantada que se refiera al tema) a la entrevista.







ENTREVISTAS COMUNITARIAS

Ahora tenemos un entrevistador y varios entrevistados. A veces, es toda la comunidad o el barrio que se reúne para opinar sobre su situación. Un mismo tema se va completando y profundizando entre los participantes. Se trata de llegar a una opinión colectiva.

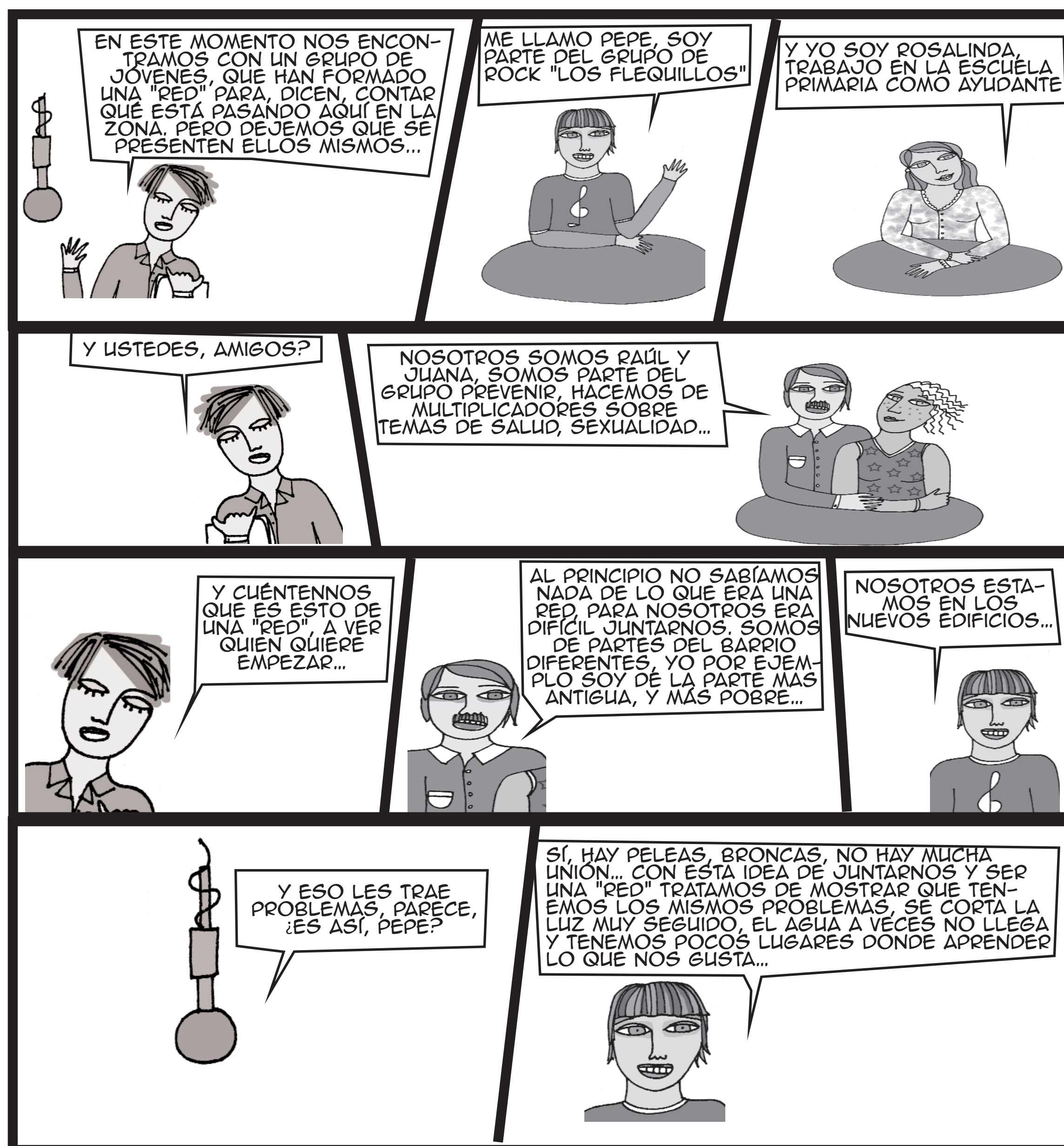
Las entrevistas comunitarias que grabamos, podemos editarlas. Y separar los temas tratados para utilizarlos en diferentes programas. Y complementarlos, eventualmente, con algún comentario de los conductores. También podemos realizarlas en vivo, eso sí, con una ágil coordinación. Corremos el riesgo de que haya voces superpuestas o mucho ruido de fondo.



TAMBIÉN SE APOYARÁ LA ENTREVISTA CON MÚSICA.

LO MEJOR SERÍA AMBIENTARLA CON CANCIONES POPULARES DE LA MISMA COMUNIDAD DONDE SE GRABÓ.

O BUSCAMOS UN PAR DE CANCIONES QUE SE REFIERAN A LOS TEMAS TRATADOS.



ESTE ES SOLAMENTE UN BOTÓN DE MUESTRA DE LA ENTREVISTA COLECTIVA. COMO DIJIMOS, ES IMPORTANTE QUE LA COORDINACIÓN SEA BIEN ANIMADA, QUE NADIE QUEDE SIN HABLAR, Y QUE SE LLEGUE SOBRE EL FINAL A UNA SÍNTESIS DE LO COMENTADO. Y SOBRE EL FINAL, SIEMPRE UNA IDEA DE ACCIÓN, DE RESOLUCIÓN DE LOS PROBLEMAS.
LA PROTESTA CON LA PROPUESTA.

Y NO OLVIDES DE AMBIENTAR CON BUENA MÚSICA, INCLUSO SI LOS PROPIOS ENTREVISTADOS LA HAN REALIZADO...





MESAS REDONDAS

Son otra forma de entrevista colectiva, pero donde los entrevistados son pocos y han sido muy bien seleccionados. Se busca enfocar un tema o una situación desde distintos puntos de vista. Si el tema es de actualidad, aumenta el interés de los oyentes. Si los puntos de vista son contrarios, polémicos, aumenta todavía más.

Uno de los conductores, que hará de moderador, debe limitar el tiempo de las intervenciones para lograr agilidad en la discusión. Si va animada, no hay que interrumpir la mesa redonda con cortinas musicales ni canciones.





RUEDA DE PRENSA

Si en las entrevistas colectivas teníamos a un entrevistador y varios entrevistados, en la rueda de prensa tenemos a un entrevistado y varios entrevistadores.

Las ruedas de prensa se suelen reservar para las personalidades. Y con periodistas profesionales que hacen las preguntas. Pero resulta que el pueblo -quien generalmente sufre los abusos- es para nosotros el entrevistador más indicado. Y muchas veces las organizaciones populares tienen problemas que requieren convocar a los periodistas y medios.

Las ruedas de prensa populares también sirven para confrontar a las autoridades, a los candidatos, para que informen sobre los temas que se consideran de interés público, y sobre los cuales deben responder. Pero también se entrevista a personas que vivieron hechos de importancia.

En las ruedas de prensa por ejemplo:

-Se invita a un candidato político para ser entrevistado por un grupo de dirigentes de organizaciones sociales y ver sus propuestas sobre medio ambiente, transporte, vivienda, y los temas de interés local.
-Se invita a un alcalde que da cuenta de su gestión ante vecinos y vecinas.
-Se invita a los protagonistas de una movilización donde hubo problemas con las fuerzas de seguridad, y los grandes medios los criminalizaron.
-Se invita a un grupo cultural o artístico que está lanzando una nueva producción y quiere presentarla junto con medios populares.



ENCUESTAS

Modelo de Encuesta: Nuestra plaza

1. ¿Cuál es su opinión sobre el estado de esta plaza? ¿Malo, regular, Bueno o muy bueno?

2. ¿Por qué?

3. Si usted fuera encargado de esta plaza, ¿qué arreglos le haría?

Las encuestas son un recurso ágil y sencillo para tomarle el pulso a la opinión popular sobre algún tema de actualidad. Consiste en grabar varias entrevistas cortas con las mismas preguntas a diferentes personas (y por separado). Luego, en la emisora, se juntan todas las respuestas de la primera pregunta, todas las de la segunda pregunta...Y así. Para presentar el espacio, se pueden cortar las preguntas del entrevistador. Y sustituirlas por un corto enganche de los conductores.



La clave de las encuestas está en la buena selección de los entrevistados. Que sus opiniones sean diferentes, contrastadas, representativas de distintos puntos de vista sobre el tema. Cada bloque de respuestas puede separarse con cortinas musicales. Los conductores harán al final un resumen de la encuesta y una breve evaluación de la misma.



RADIODEBATES

A partir de programas grabados, podemos estimular la reflexión de un grupo. Los participantes dialogan sobre la historia escuchada, la analizan, la relacionan con su situación. Y el animador conduce y graba este debate grupal. Después, en la emisora, se pasa el mismo radioteatro. Y a continuación el debate grabado.

Si la revista es de media hora, éste puede resultar un tiempo corto para pasar el audio usado en el grupo y el debate. Podemos, entonces, armar varios programas con buen radiodebate. O reservarnos este recurso para las revistas de una hora.

También podemos armar el radiodebate en vivo. Tenemos que tener en cuenta que puedan prepararse un poco las opiniones previamente, para no empezar muy desde cero. Incluso para tener material de apoyo para el debate, como datos, cifras, etc.



LOS RADIODEBATES TAMBIÉN SE PUEDEN HACER POR TELÉFONO, Y RESULTAN MUY DINÁMICOS.

ALGUNOS TEMAS DE DEBATE

LAS ELECCIONES COMUNALES

LA INSTALACION DE NUEVAS FABRICAS

LOS BASURALES

LA VIOLENCIA DOMESTICA

EL ALCA Y EL ALBA

LA CRISIS MUNDIAL Y SU IMPACTO EN NUESTRA CIUDAD

REPORTAJES

PODEMOS HACER UN REPORTAJE SOBRE:

LA SEQUÍA DE LA REGIÓN

LA SITUACIÓN ESCOLAR DE LOS BARRIOS

LA VIDA EN UNA COMUNIDAD CAMPESINA

UNA FECHA PATRIA PRÓXIMA

EL ANIVERSARIO DE UNA ORGANIZACIÓN POPULAR

Los reportajes sirven para tratar con profundidad sobre un acontecimiento o una situación. Se trata de brindar bastante información sobre el hecho, "hacia atrás y hacia adelante". Es decir, dar un contexto lo más completo posible del asunto tratado.



Todos estos elementos se van incorporando ordenadamente en la narración central. A esta narración la pueden hacer los mismos conductores de la revista. O una tercera voz.

El reportaje es un formato que requiere documentación. Y tiempo para prepararlo y producirlo. Por esto, se debe reservar para temas o situaciones de peso. O de alcance regional.

CONSULTORIOS

Este formato puede ser de gran utilidad y atracción para los oyentes de una radio revista. Los oyentes escriben al consultorio y los conductores o un invitado especial las responde.



Por ejemplo, un consultorio jurídico puede resultar muy educativo. Y práctico. Los abuelos llaman pidiendo información sobre su jubilación, las empleadas domésticas piden consejo sobre sus derechos laborales. Y un abogado colaborador de la emisora brinda las orientaciones a través del programa.

Este recurso da también buenos resultados con temas de salud, de nutrición, de derechos humanos, de religión. Y se logra mucho dinamismo haciendo las preguntas por teléfono y en vivo. O grabando las preguntas antes mediante un contestador o grabadora telefónica. Sino, simplemente mensajes.

LA EFICACIA DE LOS CONSULTORIOS DEPENDE DE LOS TEMAS QUE SE ABORDEN, QUE SEAN DE INTERÉS PARA LA AUDIENCIA. Y DE UN "CONSULTOR" SIMPÁTICO Y LOCUAZ.

PERSONAJES INESPERADOS

¿QUIÉN PUEDE SER ESTE PERSONAJE?

UN ALBAÑIL ENOJADO POR LA SUBIDA DE PRECIOS DE SUS MATERIALES DE TRABAJO, QUE VIENE A PROTESTAR.

UN CHOFER QUE LLEGA CONTANDO UN PLEITO O UN ACCIDENTE QUE HA VISTO EN LA CARRETERA.

UNA VARIANTE DEL RECURSO ES HACERLO CON EL TELÉFONO.
LOS CONDUCTORES SON INTERRUMPIDOS POR UNA LLAMADA INESPERADA QUE DA ENTRADA AL TEMA DEL PROGRAMA.

Este es otro recurso sencillo para darle variedad a nuestras revistas desde la misma presentación. ¿En qué consiste? Los conductores saludan, comienzan a presentar el programa, y... en eso tocan a la puerta de la cabina. Y aparece uno de los tantos personajes de nuestras calles que inesperadamente entra a saludar a los conductores y a los oyentes.

Este personaje viene con alguna noticia, algún chisme, algún comunicado urgente que da pie al tema del programa.

El personaje puede ser entrevistado informalmente por los conductores. Estos pueden pedirle que explique lo que ha pasado, que lea lo que trae, que cuente lo que ha visto. Comienza la narración y se disuelve para dar paso a un breve sociodrama. Basta luego despedir al personaje y los conductores quedan solos para hacer el comentario.



JUICIOS POPULARES

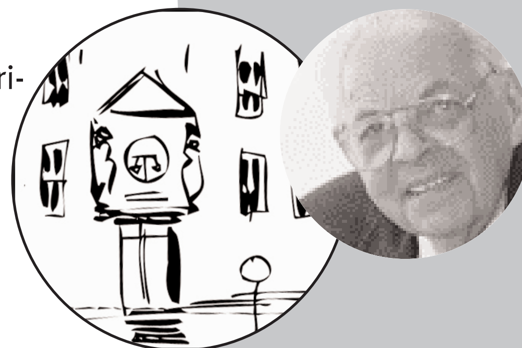
El esquema de un juicio como sucede en la vida puede despertar el interés de los oyentes. Y los invita a tomar posición, a favor o en contra. Por eso es que tantas novelas y programas adoptan este recurso.

Para que haya juicio tiene que haber un acusado, un fiscal y un defensor. Tiene que haber testigos de ambas partes. Y pruebas. Y un juez que dicta sentencia al final (o que invita a los oyentes a dar su propia sentencia).

Este recurso se puede realizar con casos inventados, semejantes con la realidad. Un grupo de campesinos apresados por invadir la propiedad privada. O las mujeres de un barrio que se amotinan contra sus maridos machistas. O un joven humilde detenido como delincuente sólo por su vestimenta y color de piel. También pueden ser "procesadas" las figuras de la historia, desde Colón hasta Bolívar. O "llamar a juicio" a personajes de actualidad: el presidente de Estados Unidos, un jugador de fútbol o el Papa.

Pero también el recurso el válido para casos reales. En esta especie de tribunal del pueblo pueden comparecer los dirigentes de un sindicato que anda mal. O una comunidad que quiere denunciar a los especuladores de precios. O los vecinos que fueron mal atendidos en el hospital del pueblo.

EN LA SERIE JURADO 13, DEL MAESTRO URUGUAYO MARIO KAPLÚN, SE JUZGABA AL ALCALDE DE UN PUEBLO EN RELACIÓN A DIFERENTES TEMAS. LA VIVIENDA, POR EJEMPLO. POR ALLÍ DESFILABAN POBLADORES, UNA TRABAJADORA SOCIAL, EL MISMO ALCALDE... INCLUSO LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN (QUE ERAN BASTANTE CRITICADOS). Y EL JUEZ DABA SU SENTENCIA A PARTIR DE LOS VEREDICTOS DE LOS DOCE JURADOS. PERO NO QUEDABA ALLÍ: EL JURADO 13 ERAN LOS OYENTES DE LA SERIE, QUE SE REUNÍAN A ESCUCHAR LOS CASETTES Y DAR SU PROPIO FALLO.



CONTRAPUNTOS

En nuestras culturas son muy comunes los contrapuntos, las payadas, las décimas, el duelo verbal entre dos pícaros que se atacan y defienden con versos sencillos. En el rap, ritmo juvenil, pasa lo mismo. Esta costumbre popular puede muy bien aprovecharse para desarrollar el tema central de una revista educativa.

La clave, por supuesto, reside en la ingeniosidad de los copleros que pelean sus distintos puntos de vista con habilidad y humor. Pueden ser temas políticos o sociales. O cualquier asunto polémico.



HASTA QUE EL PUEBLO LAS CANTA,
LAS COPLAS, COPLAS NO SON,
Y CUANDO LAS CANTA EL PUEBLO
YA NADIE SABE EL AUTOR.
TAL ES LA GLORIA, GUILLÉN,
DE LOS QUE ESCRIBEN CANTARES:
OÍR DECIR A LA GENTE
QUE NO LOS HA ESCRITO NADIE.
PROCURA TÚ QUE TUS COPLAS
VAYAN AL PUEBLO A PARAR,
AUNQUE DEJEN DE SER TUYAS
PARA SER DE LOS DEMÁS.
QUE, AL FUNDIR EL CORAZÓN
EN EL ALMA POPULAR,
LO QUE SE PIERDE DE NOMBRE
SE GANA DE ETERNIDAD.

EL COMENTARIO

El comentario es un formato siempre presente en las revistas radiofónicas. Conductor que no sabe comentar, difícilmente sea el indicado para estar al frente del programa. Y a comentar se aprende.

En muchos de nuestros comentarios el tiempo se nos va en decir generalidades, divagaciones, exhortaciones, buenos deseos...pero no decimos nada. O enredamos las cosas simples con palabrerío. Antes de ir a cabina, los conductores deben preguntarse: ¿qué queremos comunicar, cuál es la idea central que vamos a desarrollar? Y después: ¿cómo vamos a decir esa idea, con qué ejemplos, con qué comparaciones, con qué datos, con qué información?

Para hacer un buen comentario hay que DOCUMENTARSE antes. Recabar datos. Buscar información.

UN BUEN COMENTARIO TIENE TRES PASOS



1. EL HECHO

¿Qué pasó o qué está pasando?

Si el tema es el analfabetismo, debemos tener a mano datos, cifras, ejemplos, con información que lo ilustre.

2. LA EXPLICACIÓN DEL HECHO

¿Por qué pasa esto? Se trata de analizar las causas sociales del hecho.

¿Cuáles son las verdaderas razones del analfabetismo?
¿Será la haraganería de la gente?
¿O que el gobierno no ha dado facilidades?
¿O que los ricos no quieren que los pobres estudien?
¿Por qué hay tantos analfabetos en el país?

3. LAS CONSECUENCIAS DEL HECHO

¿Qué pasará si esto sigue así? ¿Qué podemos hacer para que no siga pasando?

Se trata de analizar las posibles consecuencias del analfabetismo, los perjuicios para el pueblo. Y de dar pistas, de sugerir acciones que podrían cambiar la situación.

Decimos SUGERIR. Porque muchas veces los comentarios terminan con imposiciones, con consignas autoritarias. Otras veces, se disimulan estas consignas con las llamadas preguntas educativas, que suelen ser pesadas, escolares, y en la mayoría de los casos, están de más.

PARA HACER BUENOS COMENTARIOS ES INDISPENSABLE QUE LOS CONDUCTORES LEAN, QUE SE INFORMEN, QUE ESTEN AL TANTO DE LO QUE PASA EN SU REGIÓN, EN SU PAÍS, EN AMÉRICA LATINA Y EN EL MUNDO.



Cómo hacer la despedida

La despedida de una radio revista debe ser breve. Un minuto puede basta para hacerla. Es bueno que los conductores aludan en la despedida al tema central del programa, que lo retome con el broche que cierra la revista.

-Hay muchas maneras de hacer la despedida. La mejor sugerencia es ir variándola. Y poner siempre mucha alegría y calidez en la misma.

Al despedirse, también se invita a escuchar el próximo programa. Y se puede adelantar el tema del mismo. Los conductores no se despiden uno del otro, sino de los oyentes. Si quieren, pueden dar sus nombres al final del programa.

Durante la despedida se puede poner un fondo musical alegre que sugiera al oyente el final del programa. Este fondo puede ser el mismo tema musical instrumental que se utiliza para la característica de entrada de la revista.



como usar este manual

La propuesta de comunicación y educación que te propone esta serie de manuales tiene la intención de ser útil para todos y todas quienes quieran capacitarse en forma individual y también colectiva. Es por eso que los invitamos a leer estos materiales en grupo, comentando sus contenidos y relacionándolos con sus prácticas cotidianas.

Para esto les sugerimos algunas actividades que pueden realizar con los integrantes de sus equipos, o en talleres que realicen en sus respectivos espacios.

Cada cual a su formato

Le entregamos a los participantes distintos números de forma tal que los que tengan el mismo formen un grupo (depende la cantidad pueden ser del 1 al 4, o al 5). A cada grupo le entregamos dos o tres tarjetas, en cada una de las cuales aparece un formato de opinión. El grupo deberá preparar ese formato sobre un tema a elección, para luego presentarlo al resto de los participantes. Sobre el final se evalúa cada trabajo y se proponen mejoras. En una segunda vuelta podemos hacer lo mismo con los formatos dramatizados.

Guionando la revista

Se reparte a cada grupo un periódico del día, un boletín barrial y dos o tres anuncios de actividades a realizarse prontamente. Con este material deberán armar un guión radiofónico de una revista de media hora, donde seleccionen el material que corresponda. A su vez, pensarán un nombre, y distintos roles en la realización del mismo. Se presenta en papeles grandes para ser evaluado por todos los participantes.

comentarios de cierre

La radiorevista, como señalamos en la primera de estas cartillas, es un programa que acompaña el quehacer de todos los días de nuestras audiencias. Es por eso que es dinámica, amena y necesita de una buena conducción.

Con estos recursos dramáticos y de opinión que hemos desarrollado en estas páginas, nuestra intención fue brindar un abanico de ideas y propuestas que deben adaptarse a cada contexto: a partir de allí pensaremos su música, sus efectos sonoros, los temas de sus sociodramas, los invitados y personas para consultar...

Es importante que esta variedad que permite la radiorevista no nos lleve a una ensalada de secciones y formatos que pueden marear al oyente. Una buena coordinación de cada emisión permitirá que nuestros oyentes se identifiquen con el programa y esperen el momento de la receta de cocina, o de la opinión de la directora de la escuela, o del líder de la comunidad indígena.

Para lograr buenos resultados, es importante ser constantes y trabajar en equipo. Tener claros los roles y poder ir rotando en ellos puede ayudar a que la audiencia no se canse y nosotros tampoco. Como la revista es diaria, este riesgo siempre está latente.

¡No se pierdan el resto de los manuales de esta serie!

manuales de capacitación **en radio popular**

7 / radiorevista

(segunda parte)

